

Contigo
es posible



Boletín: Hechos y Tendencias del Turismo

Número 56 Junio 2006

Hagamos del Turismo El Destino de México



BOLETÍN HECHOS Y TENDENCIAS DEL TURISMO

Es una publicación mensual editada por la Dirección General de Información y Análisis de la Secretaría de Turismo, que integra y difunde información relevante de la actividad turística en campos relacionados con el análisis actual y prospectivo del turismo. Número 56, Junio de 2006, primera edición 27 pp.

Consulte este documento en:

www.sectur.gob.mx

<http://datatur.sectur.gob.mx>

Si requiere información adicional favor de dirigirse a:

SECRETARÍA DE TURISMO

Dirección General de Información y Análisis

Dirección de Análisis Prospectivo

Av. Presidente Masaryk N° 172, 2° Piso

Col. Chapultepec Morales C. P. 11587

México, D. F.

Teléfonos: 3002-6300 Ext. 1603 y 1605

Fax: 3003-1628

Jesús H. Aragón Sarmiento

jaragon@sectur.gob.mx

Carolina Chávez Oropeza

cchavez@sectur.gob.mx

Yadira Torres Romero

yatorres@sectur.gob.mx

La reproducción parcial o total de la información contenida en esta publicación es permitida, citando la fuente.

NUEVAS OFERTAS Y DESTINOS	4
TECNOLOGÍAS	8
MERCADOS	10
SECTOR AERONÁUTICO	18
SECTOR CRUCERISTA	21
TENDENCIAS	23

ALEMANIA

Nuevas estrategias de los hoteles de lujo

Con el fin de mantener el interés de sus clientes en los servicios y atención que se les ofrece, las grandes cadenas hoteleras ofertan servicios cada vez más insólitos como dormitorios blindados con “panic room”, cenas a ciegas, “wellness” para perros, periódicos planchados o mucho arte.

De acuerdo con el Informe anual 2005 de la Asociación alemana de Hoteles y Restaurantes (Dehoga), los establecimientos hoteleros obtienen sólo un 57 por ciento de sus ingresos vía pernoctación. Stefanie Heckel, responsable de comunicación de Dehoga, comenta que una de las fórmulas más exitosas en la oferta de nuevos servicios está en la gastronomía experimental.

Un ejemplo todavía más extraño es el servicio de cenas a oscuras que ofrece el hotel Hilton en Munich, que cuando se pregunta a su personal de marketing cómo lograrán sus camareros moverse en la oscuridad, la respuesta es “son ciegos”. Pero además, la demanda ha sido importante, con 54 comensales anotados en la más reciente.

Otro ejemplo además costoso es el del Adlon de Berlín que ha gastado doce millones de euros en su suite presidencial de máxima seguridad que se estrenará en mayo y donde todavía no han revelado el nombre del primer huésped. Lo que sí se sabe es que la suite cumple con el nivel de seguridad 1 establecido por la Oficina Federal alemana de Lucha contra la Criminalidad.

Ante toda esa “fiebre” por ofrecer nuevos productos y servicios, Stefanie Heckel opina: “aunque muchas inversiones no generen ingresos directos, permiten retener a los clientes en el establecimiento y animarles a gastar dinero”.

Por su parte, el asesor alemán Carsten Huth recomienda a los hoteleros tener una administración de los ingresos, donde se tenga una política razonable de precios pero ofreciendo al mismo tiempo la prestación de servicios adicionales, ya que comenta: “sorprender al cliente es mejor que ser sólo barato”.

CHINA

Primer tren al Tíbet

El próximo 1º de julio iniciará su marcha el primer tren que viajará desde Pekín hasta Lhasa, capital del Tíbet, recorrido al que se ha titulado como “Camino al Cielo” (Tianlu, en mandarín) y que cruzará China en diagonal de noreste a suroeste.

El recorrido del tren será el más alto del mundo y recorrerá mesetas heladas. En su punto más alto alcanzará los 5,072 metros, 227 más que el Mont Blanc francés y 255 más que el tren andino de Perú. De igual manera, una de sus estaciones será la más alta del mundo, la de Tanggula a 5,068 metros, así como uno de sus túneles con 4,264 metros de altitud y cercano a la ciudad de Lhasa.

El tren viene a añadirse en lo que se considera todo un reto para los amantes de los largos recorridos en tren, ya que, ¿quién se atreve a tomar el transiberiano, hacer el transbordo en Siberia para tomar el transmongoliano hasta Pekín y de ahí tomar el “nuevo camino al cielo” hasta la ciudad de Lhasa?.

ARGENTINA

El Parque Nacional de los Glaciares en Argentina

Dentro del Parque Nacional de los Glaciares en la ciudad de El Calafate en Argentina se encuentra el glaciar que se ha convertido en un icono universal, el Perito Moreno.

Cuando se ingresa al Parque Nacional puede sentirse que se entra al Campo de Hielo Patagónico, principalmente por el paisaje y el cambio de temperatura respecto a la ciudad de Calafate, donde la temperatura media máxima de verano es de 18 grados y la media mínima de invierno es -2 grados centígrados. Además, las lluvias adoptan regularmente forma de nieve que inunda el Parque 300 de los 360 días del año.

El Campo de Hielo Patagónico agrupa a 356 glaciares y es la mayor acumulación de agua sólida fuera de los polos, siendo el más importante de los glaciares, el Perito Moreno con un frente de 5 kilómetros y una altura de más de 60 metros sobre el nivel del agua, así como el Upsala una lengua de hielo de 50 kilómetros de largo, 10 de ancho y varios cientos de metros de espesor, el más extenso de toda Sudamérica y que es tres veces el tamaño de la ciudad de Buenos Aires.

El nombre del glaciar se debe al médico, naturalista, geógrafo y perito argentino Pascasio Moreno (1852-1919), quién desde que cumplió los 20 años realizó múltiples viajes a la Patagonia, recorrió el río Santa Cruz hasta su nacimiento, donde descubrió el lago San Martín, avistó el Viedma y el Cerro Chaltén, al que identificó como un inmenso volcán.

Durante la excursión al Perito Moreno el acercarse y divisar los glaciares lleva algunas horas, casi dos para llegar al Perito y cuatro de las que tres se consumen en el barco, para acercarse al Upsala y unas cuantas más para volver. Durante el recorrido puede observarse la fauna y la flora del parque nacional, así como disfrutar de paisajes e imágenes espectaculares.

Entre los animales que podemos observar se encuentran los guanacos, un espécimen parecido a la llama. Además se pueden observar pequeñas lagunas alimentadas por aguas de deshielo y en donde también encontramos a los flamencos, a los cisnes de cuello negro, los patos “vapor” y cauquenes, al igual que pumas y zorros colorado y gris.

Otro gran espectáculo lo representa el cóndor andino, al que podemos observar dando vueltas por los aires, también de esta manera observamos al águila mora y el ñacurutú –lechuza de gran tamaño que anida en el Parque- y que forma parte de la fauna que habita el lugar.

Por su parte, la flora se encuentra repartida en dos zonas: la zona seca, la estepa, aquella representada por ejemplares de forma torcida y, la zona húmeda, el bosque, representado casi exclusivamente por lengas que se localizan en las zonas costeras de los lagos.

HAWAI

La mayor reserva marina del mundo en Hawai

El gobierno de Estados Unidos ha declarado monumento nacional a las islas del norte de Hawai, una cadena de islotes coralíferos y volcanes sumergidos que quedarán automáticamente bajo protección ambiental.

El gobierno de George W. Bush se ha comprometido a proteger la reserva, que cubre una superficie de casi 36 mil hectáreas y alberga a más de 7 mil especies marinas, un cuarto de las cuales no existen en otras partes del mundo. Entre ellas se incluyen la tortuga verde marina y la foca hawaiana, el único mamífero marino que depende totalmente de los arrecifes para su alimentación.

El archipiélago incluido en la reserva tiene una longitud de más de 2,200 kilómetros y es mayor que la Gran Barrera de Arrecifes de Australia. La región incluye a la isla de Midway y se podría utilizar como un centro de investigación, educación y ecoturismo.

SUDÁFRICA

Hoteles en Johannesburgo

En Johannesburgo se promociona un hotel boutique de diseño contemporáneo y ambiente relajado que se enfoca a los viajeros de negocios. El lugar llamado Ten Bompas está decorado con colores cálidos en los muros y objetos de arte africano en nichos y pedestales. Sofás y divanes de madera de cerezo, tapizados de algodón en tonos vibrantes a lo que hay que agregar sus cubiertos de plata en el

restaurante, los textiles africanos hechos a mano que cubren las paredes y las sillas art deco.

En cuanto a la distribución de sus habitaciones, el hotel cuenta con 10 enormes suites, cada una decorada por un diseñador de interiores diferente. Cuentan con un lounge, chimenea y su propio vapor. Una cualidad interesante, es que durante el día están bañadas de luz natural con vista a un patio. Entre los principales servicios que se proporcionan están una gran variedad de té y cafés, productos de baño de marcas exclusivas y cartas escritas a mano a manera de bienvenida.

El hotel promociona la cultura del vino en Sudáfrica, por lo que cada huésped puede tener acceso a una gran colección de vinos que provienen de alrededor de 4,500 viñedos locales e internacionales gracias a un sistema de tecnología avanzado.

El Ten Bompas le ofrece el traslado a uno de sus exclusivos lodges dentro de un área de conservación de la vida salvaje para que el huésped viva la experiencia de un safari. Las tarifas van de los 200 a 400 dólares por noche, por habitación.

Referencias:

Cronica.com.mx

Cinco Días.com

Viatgeaddictes.com

El Universal Online

INTERNET

Internet y la planificación de los viajes

Ante las nuevas posibilidades que plantea Internet, las agencias de viaje han modificado su papel y sobre esto trata el estudio cualitativo que la Asociación de Agencias de Viaje de Buenos Aires realizó en alianza con la consultora Markwald y La Madrid y Asociados.

Entre los principales hallazgos del estudio se encuentran la mayor información previa con que cuentan los clientes al momento de realizar el contacto con las agencias, mismas que en el pasado contaban con los “expertos” en viajes.

Además, fue posible identificar las variables que hacen que los clientes se decidan por diferentes opciones de viajes, como por ejemplo, si el viaje es corto los clientes consideran que un paquete organizado por una agencia de viajes les permitirá aprovechar de mejor manera el tiempo de que disponen.

De esta manera, los clientes ahora pueden decidir si planificar por Internet o acercarse con los agentes de viaje para auxiliarse.

ADICTOS A LA TECNOLOGÍA

Descanso asegurado para los adictos a la Blackberry

El Hotel Sheraton de Chicago ha implementado un nuevo programa en ayuda de los adictos a la Blackberry, ya que al llegar al lugar, el director se encargará de encerrar a su querida Blackberry y otros dispositivos electrónicos bajo llave.

De acuerdo con Rick Ueno, director del hotel mencionado, declaró que la idea comenzó por su propia adicción a la Blackberry pues dice: “yo estaba obsesionado con el correo electrónico”. Y ahora, al haberse separado de su aparato dice sentirse mejor y tener a su familia más tranquila y contenta.

RECORRIDO VIRTUAL

Nueva forma de recorrer la Ciudad Prohibida

En poco tiempo, visitar la ciudad prohibida de China, podrá ser cosa de todos los días. Con el nuevo recorrido virtual que se realizará a través de Internet, titulado “La ciudad prohibida: más allá del espacio y el tiempo” cualquier persona podrá hacer el recorrido sin tener que moverse de su hogar.

De acuerdo con la información publicada por el China Daily, el recorrido permitirá a los visitantes conocer salas que están cerradas al público en la visita física.

Adicionalmente, el sistema permitirá a los visitantes in situ el conocer su posición exacta en el recorrido para no perderse.

Al inicio del programa virtual, los recorridos serán guiados en inglés y mandarín solamente, para después incorporar otros idiomas. La transnacional IBM fue la encargada del diseño tecnológico.

La ciudad prohibida es el palacio más grande del mundo y fue nombrada patrimonio del mundo por la UNESCO en 1987. El número de personas que la visitan cada año asciende a 7 millones.

VENTAS EN LÍNEA

Las ventas de viajes por Internet siguen creciendo

La tendencia creciente por comprar viajes en Internet incluye el comprar directamente en los portales de las aerolíneas más que en los de las agencias de viaje. Las cifras para 2005 indican que cerca de 150 millones de pasajeros compraron su boleto en la página Web de la aerolínea, esto es, un crecimiento de 35 por ciento respecto al año anterior.

Sara Stevens, directora de Soluciones de Viajeros de comScore Networks comentó que “son cada vez más el número de consumidores que prefieren hacer operaciones por Internet directamente con los proveedores en vez de utilizar a las agencias de viajes en línea”.

Esto se refleja en una proporción de venta en los sitios Web de las aerolíneas que pasó de 52 por ciento en 2003 a 58 por ciento en el 2005.

Referencias:

Clarín.com

Reuters.es

El Economista.com.mx

MUNDIAL

El turismo mundial crece 4.5 por ciento

El crecimiento del turismo mundial durante los primeros cuatro meses del año asciende a 4.5 por ciento de acuerdo con cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), lo que significa 10 millones de turistas más que durante el mismo período del año pasado.

En el desglose por regiones, los crecimientos fueron los siguientes: África y Oriente Medio, 11 por ciento; Asia y el Pacífico, 8 por ciento; Europa y las Américas, menos del 3 por ciento. Con lo que sólo las tres primeras regiones se colocaron por arriba de la media y se confirma además la recuperación de los destinos afectados por el Tsunami.

Entre los principales elementos que la OMT identifica para impulsar el crecimiento del turismo se encuentran: creciente confianza de los consumidores, evolución económica favorable en los mercados emisores y mayores esfuerzos de los gobiernos por impulsar y promover el turismo.

En cuanto a las llegadas de turistas internacionales durante los primeros cuatro meses de este año, se tiene que Europa creció 2.5 por ciento, donde Europa del Norte mostró un crecimiento del 8 por ciento, destacando el caso de Finlandia con 15 por ciento.

En las Américas el crecimiento general fue de 2.7 por ciento, donde América del Norte decreció en 0.4 por ciento. En tanto que, América del Sur y el Caribe muestran crecimientos importantes, que en el caso de República Dominicana (12%), Jamaica (16%), Paraguay (23%), Perú (16%), Colombia (15%) y Argentina (12%) se trata de crecimientos de dos dígitos.

ESTADOS UNIDOS

Las mayores atracciones de los Estados Unidos

De acuerdo con el sitio Web TripAdvisor.com, las mayores atracciones de los Estados Unidos por su popularidad son:

1. Disneylandia en Orlando, Florida
2. Estudios Universal en Orlando, Florida
3. Discovery Cove en Orlando, Florida
4. South Beach en Miami, Florida
5. Disneylandia en Anaheim, California
6. Cirque du Soleil en Las Vegas, Nevada
7. Epcot Center en Orlando, Florida
8. El parque Grand Canyon en Arizona

9. Hana Highway en Maui, Hawai
10. Acuario de Georgia en Atlanta

TripAdvisor recoge en su sitio Web más de 4 millones de opiniones de usuarios sobre los destinos citados y muchos más, algo así como 220 mil hoteles y atracciones. Además, cuenta con más de 20 millones de visitantes mensuales alrededor del mundo.

El turismo es la principal fuente de recursos en California

De acuerdo con un estudio de la Corporación de Desarrollo Económico del Condado de Los Ángeles (LAEDC, por sus siglas en inglés) el turismo atrae más recursos al sur de California que cualquier otra actividad económica.

Jack Kyser, director del estudio, afirma que “el turismo es la industria de exportación más grande en el área de la zona metropolitana de Los Ángeles, que abarca cinco condados, ya que en 2005 generó 512,600 empleos”. “En segundo lugar se encuentra el comercio internacional que generó un promedio de 450,100 fuentes de trabajo, la industria tecnológica es tercera con 361,400 empleos creados en 2005”, añadió.

La LAEDC conceptualiza a una industria de exportación como aquella en que vende fuera de la región una parte significativa de los bienes y/o servicios que produce con lo que atrae recursos para la economía local.

CARIBE

El Caribe reembolsará los gastos por pasaporte a sus visitantes estadounidenses

Como una medida que evite que los estadounidenses dejen de visitar la región, las autoridades del turismo presentaron la iniciativa de reembolsar el costo del pasaporte a los ciudadanos de la Unión Americana.

Recordemos que el Departamento de Seguridad Interna de los Estados Unidos por medio de la Iniciativa de Viaje para el Hemisferio Occidental solicitará a partir del 1 de enero de 2007 pasaporte vigente a todos sus ciudadanos al momento de regresar a su país desde cualquier punto del mundo. Actualmente, 20 por ciento de los estadounidenses no tienen pasaporte.

De acuerdo con un estudio realizado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) a petición de la Asociación de Hoteles del Caribe, determinó que de no tomarse medidas que traten de contrarrestar los efectos de esa medida, la derrama económica y los empleos en esta región estarían en

riesgo en esta región que se considera la más dependiente del sector turismo en sus ingresos.

Además, los turistas estadounidenses representan el doble que el segundo mercado en importancia para el Caribe. Y el turismo en la región emplea a una de cada cuatro personas.

Para el caso de Jamaica, los efectos de la medida de requerir el pasaporte a los ciudadanos estadounidenses para regresar a su país, serían bastante graves, ya que el 58.4 por ciento de sus turistas provienen de los Estados Unidos.

ESPAÑA

España espera un incremento del 4 por ciento en las llegadas de turistas

Acorde con información del Secretario de Estado de Turismo y Comercio de España, Pedro Mejía, se prevé un crecimiento del 4 por ciento para el período mayo-octubre de este año en la llegada de turistas a su país.

Los principales países emisores de turistas hacia España durante este período serán Reino Unido y Alemania, principalmente, y también Italia, los Países Bajos y Bélgica. El dato que no fue posible determinar fue el número de franceses que podrían arribar al país.

Asimismo, se espera que los turistas que llegan por vía aérea a España se incrementen en un 3.5 por ciento con respecto al año anterior, situación impulsada por la operación de las aerolíneas de bajo costo.

En cuanto a la cuota del mercado turístico que posee España, Mejía señaló: “en el año 1990 teníamos una cuota de mercado del 6.9 por ciento, que ha aumentado aunque mínimamente, en un 1 por ciento, con un número de turistas por encima de los 55 millones”.

Además, “España es un país que avanza posiciones como emisor y es el segundo destino turístico del mundo con una cuota del 7 por ciento, donde el sector está en pleno proceso de transformación al viajar con más frecuencia pero con estancias más cortas”, agregó. De igual manera, señaló el creciente poder adquisitivo de los jóvenes y el crecimiento del segmento de vuelos de bajo costo.

Gasto promedio de turistas a la baja en España

Aún cuando la tendencia en la llegada de turistas a España va a la alza, el gasto promedio de los turistas va en contrario. Lo anterior se comprueba con un gasto acumulado durante los primeros cinco meses del año que asciende a 14,716 millones de euros, un crecimiento de 0.4 por ciento con respecto al mismo período

del año anterior, pero donde el gasto promedio se situó en 759 euros, lo que significa un 5.5 por ciento menos que en el período anterior, en tanto que el gasto promedio por día se posiciona en los 89 euros diarios, esto es un 3.2 por ciento de caída.

Los elementos que estarían influyendo en este comportamiento a la baja del gasto promedio serían la afluencia de gente cada vez más joven y, por lo tanto de menor poder adquisitivo y estancias más cortas de los turistas.

Por su parte, el gasto proviene en su mayor parte, 87.6 por ciento de ciudadanos europeos, principalmente británicos y alemanes, siendo sus principales destinos Baleares y Canarias.

Mejoran perspectivas para hoteleros españoles

Después de tres años consecutivos de decrementos en el indicador RevPar, por fin la industria hotelera española puede ver resultados positivos, con 5 por ciento de incremento en abril, cifra que duplica el crecimiento general de Europa en ese mismo período.

El crecimiento se atribuye primordialmente al segmento de convenciones y congresos que ha logrado atraer importantes eventos a las ciudades de Madrid y Barcelona. Por ejemplo, el Congreso Mundial 3GSM (evento líder de la industria de telefonía celular) que solía realizarse en Cannes cambió de sede a Barcelona, lo que incrementó el RevPar en un 20 por ciento para Barcelona durante este febrero.

El líder de mercado de los hoteles en España es el Sol Meliá, que posee 40 mil cuartos, en tanto que su más cercano competidor contabiliza 20 mil.

El parque Port Aventura se la juega con el Turismo de Negocios

El parque Port Aventura iniciará a fines de este año la construcción de un centro de convenciones con capacidad para 4 mil personas y con una superficie total de 10 mil metros cuadrados con lo que busca atraer visitantes a lo largo de todo el año. En la actualidad el parque se mantiene cerrado durante los meses de enero a marzo.

El parque ya recibe turismo de negocios y viajes de incentivo, aunque sólo posee dos hoteles para atender a sus visitantes. El año pasado recibió 250 grupos, que le reportaron ingresos por 3.5 millones de euros de un total de 143 millones de euros que recibió el parque, con un beneficio neto de 6.4 millones de euros desde los 2.8 millones del año anterior.

El parque también tiene en construcción tres campos de golf y 2,400 viviendas, el primer proyecto previsto para ser concluido en 2008 y el último sin fecha aún. Los turistas franceses, británicos y rusos conforman los mayores grupos de visitantes internacionales que llegan al parque.

FLORIDA

El temor por los huracanes afecta al turismo en la Florida

Florida recibió 85 millones de visitantes el año pasado, una cifra récord para este estado de la Unión Americana. Esta cifra representa un incremento 7.6 por ciento con respecto a 2004, esto es, 6 millones de visitantes más. Esta afluencia de turistas en 2005 le significó a Florida 57 mil millones de dólares en derrama económica y 3,400 millones de dólares en impuestos recaudados.

Sin embargo, existe una amenaza latente para el dinamismo del turismo en la entidad y ésta es la temporada de huracanes que este año inició el 1º junio. Por lo pronto, la temporada primaveral estuvo “más lenta” de lo que se esperaba, de acuerdo con reportes de las autoridades estatales.

Según datos de la oficina Visit Florida, en el primer trimestre del año el número de visitantes cayó en tres por ciento respecto al mismo período del año anterior cuando se registraron 23.2 millones de turistas.

Lo anterior se atribuye al creciente temor de los turistas por visitar Florida en plena época de huracanes. Especialmente con el recuerdo de cuatro de los más grandes huracanes en los últimos dos años, entre ellos “Katrina” y “Wilma” en 2005, por lo que los turistas empiezan a buscar otros destinos de verano.

Con lo que California se ha convertido en la principal competencia de Florida y ya en los últimos meses ha empezado a aventajarla.

CHINA

China organiza viajes anti-mundial

Una agencia de viajes de Cantón, en el sur de China, está ofreciendo viajes titulados anti-mundial dedicados a las esposas que no toleran la afición desenfrenada de sus maridos, dijo hoy la Radio Internacional de China. Y la respuesta a estos viajes ha sido exitosa.

Así, la agencia transportará a las esposas de los aficionados al fútbol a las provincias meridionales de Guizhou, Sichuan, Yunnan y otras más del sudoeste chino.

Todo lo anterior como consecuencia de la fiebre futbolera que se ha desatado en China a raíz del mundial de Corea-Japón 2002 y que se espera crezca todavía más durante el mundial de Alemania, ya que incluso se ha empezado a prever el ausentismo laboral en las empresas.

China es la cuarta economía mundial pero la 128 en ingreso por habitante

De acuerdo con el último reporte del Banco Mundial, China desplazó del cuarto sitio al Reino Unido, en cuanto al tamaño de sus economías, sólo por detrás de Estados Unidos, Japón y Alemania. Tan sólo el año pasado China creció 9.9 por ciento.

Sin embargo, el PIB per cápita de China, que es el indicador que divide el PIB nacional entre el número de habitantes del país en cuestión, ubica a China en el lugar 128 después de países como Gabón, Namibia o Botswana.

Lo anterior dice el profesor Hang Meng, del Instituto de Economía de la Academia China de Ciencias Sociales, “está en función de la calidad, donde existe una distancia abismal entre la economía china y la del Reino Unido y el resto de países desarrollados” por lo que “debemos mantener la cabeza fría y reconocer que el modelo y la estructura del crecimiento económico chino aún pueden mejorar mucho”, agregó.

ASIA

Crecimiento de las llegadas de turistas en Asia Pacífico

Las llegadas de turistas a la región de Asia Pacífico se incrementaron en un 4.5 por ciento durante el último trimestre de 2005 respecto al mismo período de 2004, de acuerdo con la información de la Asociación de Viajes de Asia Pacífico (PATA, por sus siglas en inglés).

Las cinco principales rutas de origen-destino internacionales según el crecimiento registrado y con volúmenes de pasajeros por arriba de los 25 mil fueron:

1. China-Filipinas (245.5 por ciento),
2. India-Pakistán (227 por ciento),
3. Emiratos Árabes-Malasia (219.4 por ciento),
4. Medio Oriente y África-Camboya (170.9 por ciento),
5. Medio Oriente-Estados Unidos (110.9 por ciento).

En términos de volumen, las principales rutas internacionales fueron:

1. Hong-Kong-China (812,904 viajeros más),
2. México-Estados Unidos (311,139 pasajeros más),

3. Macao-China (279,355 pasajeros más),
4. China-Macao (251,628 pasajeros más),
5. Hong-Kong-Macao (163,177 pasajeros más).

El reporte apunta que no es sorprendente observar que los países arriba mencionados comparten fronteras en común.

REINO UNIDO

El Reino Unido es la sexta economía turística mundial

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) aconsejó a los industriales aprovechar las oportunidades que el turismo está ofreciendo en el Reino Unido, ya que de acuerdo a la información proporcionada los viajes y el turismo representan 9.4 por ciento de la economía nacional de ese país, lo que se traduce en 2.6 millones de empleos.

En palabras de Jean-Claude Baumgarten, presidente del WTTC, “nuestra investigación demuestra que la industria de viajes y turismo en Reino Unido seguirá creciendo durante toda la siguiente década, sin embargo, no debe haber complacencias ya que cada vez más gobiernos en el mundo se dan cuenta de la importancia del turismo como conductor del desarrollo económico y social”.

Entre las recomendaciones del WTTC al gobierno británico se encuentran el aprovechar la oportunidad que los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2012 abren para este país y sobre ello alerta sobre la percepción que los viajeros tienen sobre Londres como una ciudad “cara” por lo que dijo, se debe asegurar a los viajeros, por medio de campañas de promoción el que su dinero vale en esa ciudad”.

Este estudio es uno de los 174 que el WTTC lleva a cabo anualmente con la colaboración de la Consultoría de Proyecciones Económicas de Oxford (Oxford Economic Forecasting, OEF).

ARGENTINA

Se incrementan los costos para el turismo en Argentina

Argentina posee un Índice de Costo del Turismo para la ciudad de Buenos Aires elaborado por la Universidad de Palermo y que se publica mensualmente y que, para los últimos doce meses reporta un crecimiento de 20.1 por ciento.

Adicionalmente, el reporte desglosa los rubros con mayores aumentos dentro del índice, como son alojamiento con un incremento del 34.6 por ciento, seguido por alimentación con 20.4 por ciento. En tanto que, los demás rubros crecieron por

debajo del promedio general con compras en 18.5 por ciento, excursiones 16.9 por ciento, y transporte turístico con 14.2 por ciento.

En otra información se reporta que los turistas número uno para la capital argentina son los chilenos con 225 mil durante el año pasado, seguidos por los brasileños y uruguayos.

Acuerdo de precios para el Turismo en Argentina

El presidente de Argentina, Néstor Kirchner, anunció el compromiso de su gobierno para lograr un acuerdo sobre los precios en el sector turístico, sin que esto quiera decir control ni congelamiento.

Kirchner aprovechó la reunión para resaltar la importancia de la inversión turística y sostuvo que “el sector se puede transformar en una columna vertebral de la economía argentina”. Además, agregó que el país “debe convertirse en un mercado turístico de punta en la región y el mundo por el fuerte impacto que puede tener en el empleo, la justicia y la equidad distributiva” y señaló que “para ello es vital la inversión turística en infraestructura, servicios y sistema de créditos”.

El acuerdo fue firmado por unos 30 intendentes encargados de los municipios más demandados en materia turística con la idea de que supervisen que se cumpla. Kirchner señaló que el objetivo del acuerdo es que los precios de los hoteles, restaurantes y excursiones se mantengan sin aumentos durante las vacaciones.

Se incrementó el número de extranjeros que visitan Argentina

La Secretaría de Turismo de la Nación informó que durante mayo de 2006 se incrementó el número de extranjeros que visitaron la Argentina, entre los que destacan:

1. Brasil con 27,465 visitantes,
2. Estados Unidos: 17,667,
3. Chile: 17,627,
4. España: 7,561
5. México: 4,912.

En el acumulado de enero a mayo se reportó un crecimiento de 12.6 por ciento respecto al mismo período del año anterior con lo que se contabilizaron 756,439 llegadas.

En tanto que los pasajeros internacionales que arribaron por el aeropuerto de Ezeiza representaron un incremento del 4.9 por ciento respecto al mismo mes del año anterior.

En cuanto a las llegadas internacionales del resto del mundo es interesante destacar el crecimiento de los visitantes provenientes de Japón (17.6 por ciento), España (13.5 por ciento) y Gran Bretaña (10.8 por ciento). En cuanto a volumen de visitantes, los que más visitaron el país durante la primera parte del año fueron estadounidenses, chilenos, españoles y mexicanos con un total de 122,696.

Referencias:

El Financiero.com.mx
Cinco Días.com
Viatgeaddictes.com
Terra.com
El Universal.com.mx
El País.es
Eturbonews.com
Travelindustryreview.com
Travelwirenews.com
Clarín.com
Turismoaventura.com

INDUSTRIA MUNDIAL

Prevé sector aéreo pérdidas por 3 mil mdd

Pese al aumento en el número de pasajeros, la escalada de los precios del petróleo causará a las compañías aéreas en el presente año (2006), pérdidas estimadas en unos USD \$3,000 millones, informó la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés).

Aunque esta cifra es inferior a los USD \$3,200 millones en pérdidas registradas en el 2005, es considerablemente más alta a los USD \$2,200 millones en pérdidas que la IATA había previsto para sus 265 aerolíneas afiliadas en 2006.

Se prevé que la factura petrolera de las compañías aéreas se incremente este año hasta USD \$112,000 millones, frente a los USD \$91,000 del año pasado.

POLÉMICO ACUERDO

Boquean dar datos de pasajeros a EE.UU.

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea anuló un acuerdo europeo-estadounidense, el cual permitía a las aerolíneas basadas en la Unión Europea transferir información personal de los pasajeros a las autoridades de los Estados Unidos.

Los jueces determinaron que no existe fundamento legal en la decisión de la Unión Europea de declarar el sistema de protección de datos estadounidense como “adecuado”.

Las compañías europeas de aviación se habían visto obligadas a entregar a las autoridades estadounidenses los nombres de los pasajeros, sus direcciones y los detalles de sus tarjetas de crédito.

Estados Unidos asegura que el acuerdo transatlántico¹ – a que se oponía el Parlamento Europeo- está diseñado para ayudar a prevenir actos de terrorismo.

Cabe mencionar que las exigencias del acuerdo son amplias, entre ellas, el hecho de que a los 15 minutos del despegue de un avión con rumbo a Estados Unidos la aerolínea europea envíe, a las autoridades estadounidenses, 34 piezas de información personal acerca de los pasajeros a bordo.

¹ ACUERDO: Desde 2004 las aerolíneas basadas en la Unión Europea han estado suministrando a Estados Unidos los detalles de los pasajeros que vuelan a ese país. La multa que impondría Estados Unidos a las aerolíneas que no transfieran las 34 piezas de información personal requerida es de hasta USD \$34 por pasajero. El acuerdo inicialmente establecía almacenar 50 años los datos, no obstante, se acordó borrarlos a los tres años y medio. Los efectos del acuerdo se mantendrán hasta el 6 de septiembre de 2006, fecha en la que deberá definirse una nueva solución legal.

En la lista de información requerida, se incluyen hasta las solicitudes de menús especiales, lo cual puede indicar la religión u origen étnico de los pasajeros.

Washington ha advertido que las aerolíneas que no suministren la información podrían ser objeto de fuertes multas y enfrentar la pérdida de derechos de aterrizaje.

La Comisión Europea, los gobiernos de la Unión Europea y Estados Unidos habían firmado el acuerdo pese a las objeciones sobre la privacidad que hizo el Parlamento Europeo, el cual solicitó al Tribunal de Justicia de la Unión Europea anular el acuerdo.

El tribunal concluyó que la decisión del Consejo de Ministros de la Unión Europea de firmar el acuerdo carecía de una base legal adecuada, por lo que el tribunal anuló la decisión del Consejo de aprobar el acuerdo aunque estableció que los estados miembros de la Unión Europea tendrán hasta el 30 de septiembre de 2006 para hallar una nueva solución legal “por razones de certidumbre jurídica”.

La Misión de los Estados Unidos en la Unión Europea dijo que ya ha acordado con la Comisión Europea estudiar “una nueva aproximación a la transferencia de datos que respete cabalmente el decreto del tribunal”.

Las aerolíneas europeas informaron que no debería haber efectos de corto plazo para los viajeros.

AIRBUS A380

Airbus en serios aprietos a causa de su “superjumbo”

Aerolíneas líderes de todo el mundo que han colocado un importante número de órdenes para comprar el Airbus A380 informaron que solicitarán conversaciones urgentes con la compañía para analizar las consecuencias del anuncio hecho a mediados del mes de junio de que el fabricante retrasará la producción y la entrega de pedidos.

Emirates, el cliente más grande del A380 con una orden de 45 aeronaves, recibió el anuncio de que los primeros jets de 555 pasajeros le serán entregados en octubre del próximo año, en lugar de en abril como se había acordado.

La aerolínea había advertido ya que cualquier retraso más allá de abril sería algo grave y afectaría los ingresos de la firma durante la temporada de verano.

Por lo tanto, está reconsiderando su posición en cuanto a los pedidos realizados. “Hay cláusulas de compensación en nuestro acuerdo y estamos discutiendo eso con Airbus”, indicó la aerolínea con sede en Dubai.

Por su parte, Singapore Airlines, la línea aérea más rentable de Asia, que ha ordenado diez de los superjumbo, indicó también que está en pláticas con Airbus

sobre posibles compensaciones por los retrasos. “Sostenemos conversaciones detalladas con Airbus acerca de las consecuencias y las implicaciones”, señaló la aerolínea.

Airbus había prometido entregar dos A380 a Singapore para finales de 2006. Pero la empresa advirtió que las entregas sufrirán retrasos de hasta siete meses, aunque se estima que al menos una aeronave le sea entregada el presente año.

Asimismo, Qantas, que ordenó la compra de 12 aviones, indicó que también solicitaría compensación, pues los retrasos la obligarán a extender el servicio de sus viejos Boeing 747. Adicionalmente Qantas planea ordenar más de 50 Boeing 787.

Finalmente, Malaysia Airlines indicó que igualmente está examinando las condiciones de su pedido de seis A380. “Ante este acontecimiento, Malaysia Airlines y su compañía controladora, Penerbangan Malaysia, están revisando las condiciones del acuerdo de compra para decidir sus siguientes pasos”.

De este modo, los problemas de producción y de gestión del superjumbo A380, que presentan retrasos de seis meses, han desatado una seria crisis en la casa matriz la European Aeronautic Defense and Space Company, EADS.

El gobierno francés, que a su vez es uno de los mayores inversionistas en EADS, está bajo presión para que imponga cambios en la gestión de la empresa.

El ministro de finanzas de Francia, Thierry Breton, se reunió con los directores de EADS con la esperanza de implementar una serie de medidas para recuperar la confianza en la empresa.

Airbus informó que el precio de todos sus modelos, incluido el A380, había subido como parte de su revisión anual de precios y enfatizó que el alza no tenía nada que ver con los costos que significó para la empresa el retraso en la producción del superjumbo.

Según información del Financial Times Deutschland el precio del A380 – el avión de pasajeros más grande del planeta- subió cerca de 5%. Se estima que el precio base de las naves es de USD \$295 millones.

Airbus ha postergado todas las fechas de entrega de nuevos aviones para los próximos tres años, con lo que perderá unos dos millones de euros en ganancias, además de que muy probablemente enfrentará juicios por compensaciones derivadas de los retrasos tal como se apuntaba anteriormente.

Referencias:

El Universal Online
BBC MUNDO.com
Milenio.com

MSC CRUCEROS

MSC Cruceros usará el sistema Amadeus para reservas

Amadeus, líder mundial en soluciones tecnológicas y de distribución para el sector de los viajes y el turismo, ha anunciado un acuerdo con MSC Cruceros, la mayor línea independiente de este país, por el cual ésta comenzará a usar sus productos.

MSC Cruceros tiene oficinas en las ciudades italianas más importantes, como Nápoles, Milán, Venecia, Génova, Roma, Palermo y Bari, y otras 26 en todo el mundo.

Las agencias de viajes españolas, estadounidenses y del Reino Unido podrán reservar los cruceros de MSC a partir del mes de julio, mientras las agencias en Francia y países escandinavos podrán reservar a través de Amadeus a partir del tercer trimestre del 2007.

La decisión de MSC Cruceros de distribuir a través del sistema líder mundial de Amadeus forma parte de una ambiciosa estrategia de crecimiento que ha propiciado la ampliación de su flota desde tres buques en el 2002 hasta ocho en la actualidad, tras la incorporación a partir del 1 de julio de MSC Música, su buque insignia.

La compañía ha encargado otros cuatro barcos: MSC ORCHESTRA Y MSC POESÍA, gemelos del MSC MÚSICA, cuyo lanzamiento se tiene previsto para la primavera del 2007 y la primavera del 2008, respectivamente; y el MSC FANTASÍA Y MSC SERENATA, de 133,000 toneladas, cuya construcción se ha anunciado recientemente. De esta forma la flota llegará a un total de 12 buques.

COLOMBIA

Para la temporada de vacaciones de abril-junio del 2007 atracarán en puertos colombianos 35 cruceros Royal Caribbean y 27 de Princess. El anuncio lo hizo el Presidente de Colombia, Álvaro Uribe, luego de reunirse con los presidentes y vicepresidentes de la Asociación de Cruceros de la Florida (FCCA).

El vicepresidente de Princess Cruise Line, Stephen Nielsen, resaltó que la empresa decidió reanudar los lazos que tiene con Colombia desde hace 35 años.

Los planes apuntan a que el arribo se haga en el otoño de 2007 hasta abril de 2008. Lo que significa que atracarán 27 veces en el puerto de Cartagena, movilizandando aproximadamente 2,000 turistas.

Esto se traduce en crecimiento para el puerto, los taxistas, restaurantes y joyerías y en una buena imagen para la ciudad. En palabras de Uribe “cada uno de estos distinguidos empresarios se ha convertido en un embajador de Colombia y vamos

a recibir muy bien a estos turistas para que cada uno de ellos se sienta comprometido con divulgar la buena imagen de lo que aquí encuentra”.

Por su parte, el vicepresidente de Royal Caribbean International, Michael Ronan, señaló que se siente complacido de que su compañía retorne a un destino que cada vez cobra más vigencia en la subregión del Caribe.

Se trata de la segunda línea de cruceros más grande del mundo que decide volver a Colombia, luego de casi cinco años de ausencia. El anuncio lo hizo el ejecutivo de Royal durante su participación en la reunión anual de Miembros Platino de la Asociación de Cruceros de Florida (FCCA).

Por su parte, después de realizar varias reuniones con empresarios del ramo y voceros oficiales del sector en Colombia, las máximas autoridades de las compañías Norwegian Cruise Lines y Carnival Cruise Line, también manifestaron su intención de llegar a Cartagena. “La ciudad reúne las condiciones necesarias como destino para desarrollar esta clase de turismo”, dijo uno de los ejecutivos de Norwegian.

Para la implementación del regreso a Colombia, lo primero que harán estas dos compañías será realizar visitas de prueba. Dependiendo de los resultados que obtengan en el país, los ejecutivos anunciarán cómo y cuándo atracarían los cruceros en los puertos colombianos.

Referencias:

Caribbean News Digital

El Código Ético Mundial para el Turismo y El Turismo Sustentable

Durante 1999, La Comisión de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, aprobó el concepto del Código y solicitó a la Organización Mundial del Turismo (OMT), la realización de un proceso de consulta ante el sector privado, organizaciones no gubernamentales y organizaciones sindicales. En dicha actividad se recibieron observaciones escritas sobre el proyecto de más de 70 Estados Miembros de la OMT y otras entidades, dando como resultado su aprobación en la Asamblea General de la OMT, al término del mismo año. El reconocimiento oficial de la Asamblea General de las Naciones Unidas del Código Ético Mundial para el Turismo se realizó en 2001, alentando a la OMT a realizar un seguimiento efectivo del mismo.

El Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT) establece un marco de referencia para el desarrollo responsable del turismo mundial, el instrumento se fundamenta en los principios de la sostenibilidad que estructuran los programas de la OMT, tratando especialmente de involucrar a las comunidades locales en la planificación, la gestión y la supervisión del desarrollo turístico.

Principios de El Código Ético Mundial para el Turismo

Presenta diez artículos para salvaguardar los recursos que dependen del turismo y garantizar que los beneficios económicos que genera, se repartan de forma equitativa: nueve artículos estipulan las "reglas del juego" para los destinos, los gobiernos, los tours operadores, las agencias de viajes, los promotores, los trabajadores y los propios viajeros, y el décimo se refiere a la aplicación del Código mediante las actividades del Comité Mundial de Ética del Turismo, y que se relacionan a continuación:

1º Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades.

2º El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.

3º El turismo, factor de desarrollo sostenible.

4º El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.

5º El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.

6º Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.

7º Derecho al turismo.

8º Libertad de desplazamientos turísticos.

9º Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.

10º Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.

El Código Ético Mundial para el Turismo no es un convenio internacional, pero a diferencia de otras declaraciones jurídicamente no vinculantes, se aplica en la práctica gracias a su función de solución de litigios prevista en el artículo décimo y que asume el Comité Mundial de Ética del Turismo.

El Comité Mundial de Ética del Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT), creó la instancia denominada el Comité Mundial de Ética del Turismo, quien funge como órgano independiente e imparcial para ayudar en la aplicación y el seguimiento del Código Ético Mundial para el Turismo, dicho Comité se encuentra conformado de la siguiente forma:

- Seis miembros titulares y seis suplentes serán elegidos por las Comisiones Regionales de la OMT.
- Un miembro titular y un suplente serán elegidos por los territorios autónomos que sean Miembros Asociados de la OMT.
- Cuatro miembros titulares y cuatro suplentes serán elegidos por el Consejo Ejecutivo de la OMT, entre los miembros afiliados de la Organización, representantes de los empleadores y empleados del sector turístico, de las instituciones docentes y de las organizaciones no gubernamentales.
- Un Presidente, que podrá ser una personalidad ajena a la OMT, pero procedente de un Estado Miembro de la Organización, será elegido por los demás miembros del Comité a propuesta del Secretario General de la Organización.
- Un observador elegido por el Consejo Ejecutivo en representación de su comité técnico responsable del programa general de trabajo de la OMT en ejecución.

El Comité Mundial de Ética del Turismo como instancia operativa de promoción y seguimiento del Código Ético Mundial para el Turismo, ha realizado a partir de 2004, diversas actividades en las que destacan las reuniones y acuerdos generales que se relacionan:

- **Primera reunión del Comité Mundial de Ética del Turismo**, febrero de 2004, Roma, Italia. Se eligió a su Presidente, el Sr. Diego Cordovez, se establecieron prioridades que exigen actividades de sensibilización y

medidas prácticas, destacando: la lucha contra la explotación de seres humanos -en concreto de niños-, el desarrollo sostenible del turismo, la libertad de movimiento de los visitantes, la defensa de un derecho real al turismo, el comercio justo de servicios turísticos, la educación para el turismo y el cumplimiento de unos principios éticos como fundamento de la comprensión entre los pueblos y contribución a la paz.

- Segunda reunión del Comité Mundial de Ética del Turismo, octubre de 2004, Madrid, España. El Comité Mundial de Ética del Turismo incorporó procedimientos para la solución de los litigios que pudieran surgir en relación con la aplicación o interpretación del Código Ético Mundial para el Turismo.
- Tercera reunión del Comité Mundial de Ética del Turismo, mayo de 2005, Túnez. En el ejercicio de su principal función, que es promover la aplicación del Código y orientar a los agentes interesados en el desarrollo turístico, el Comité examinó los cuatro primeros litigios, presentados unilateralmente.
- En la Asamblea General de la OMT, celebrada en Dakar, Senegal, en noviembre-diciembre de 2005, el Secretario General presenta el informe sobre los resultados de la encuesta relativa a la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo, efectuada por la Organización durante 2004.
- En junio de 2006, en Quito, Ecuador, se realizó el Primer seminario regional sobre ética en el turismo. El evento se estructuró en actividades dentro de tres sesiones:
 - Un marco ético para el desarrollo del turismo.
 - Implementación del código ético mundial para el turismo
 - La sostenibilidad ambiental, cultural y socioeconómica del turismo: aplicación práctica de principios éticos al turismo.
- Cuarta reunión del Comité Mundial de Ética del Turismo, junio 2006, Bangalore, India. Se manifiesta que la relevancia del Comité de Ética crece proporcionalmente con el auge del turismo.

Comentarios finales

En el marco de la cuarta reunión del Comité Mundial de Ética, el Secretario General Adjunto de la OMT, en sus palabras de apertura clarifica la importancia de las acciones, mediante la siguiente alusión, *“A la luz del espectacular crecimiento del sector turístico y de su repercusión en la vida de las personas, la labor del Comité Mundial de Ética del Turismo adquiere mayor relieve en su misión de garantizar unas prácticas de alta calidad en el sector”*.

Contando en 2005 con cifras superiores a los 800 millones y ante las expectativas de crecimiento superiores a los 1,560 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo, señaladas en el documento Visión 2020 de

Turismo de la OMT., se vuelve sumamente prioritaria la incorporación de instrumentos que normen la sana convivencia entre los diversos actores que intervienen en la actividad turística.

La creación del Código Ético Mundial para el Turismo por parte de la OMT, fortalece las actividades de sostenibilidad del turismo, situando en el centro de atención al individuo, independientemente del papel que desempeñe dentro del sistema turístico, como parte de la demanda o de la población receptora.

La promoción de un turismo sustentable, en una visión amplia de injerencia, forma parte de la fundamentación del Código Ético Mundial para el Turismo,

por lo que es conveniente referenciar las relaciones que en esta idea se generan en los aspectos social, físico y económico:

La sustentabilidad social:

El respeto, valoración y tolerancia mutua tendrá que constituirse en una constante, por una parte para los desarrolladores del turismo y los turistas ante la idiosincrasia de las poblaciones receptoras, y por otra la de los habitantes de los destinos, alentando el impacto del efecto demostración positivo que les produce su relación con los visitantes en su lugar de residencia. En ambos casos resultará de principal atención el respeto a la igualdad de género, preferencia sexual y sobretudo los derechos más elementales de los grupos de población más vulnerables.

La sustentabilidad física:

La totalidad de los actores que intervienen en la actividad tendrán que erigirse en defensores permanentes de los ecosistemas y del patrimonio histórico-cultural de las comunidades receptoras, principales activos de la actividad turística.

La sustentabilidad económica:

En este apartado se tendrá que privilegiar la voluntad de las partes – gobierno, sociedad y empresa -, para lograr equilibrios que propicien certidumbre en las inversiones del sector empresarial, con el objeto de provocar la creación de fuentes de empleo, redistribución equitativa de la derrama, y por ende desarrollo económico para los destinos receptores.

Referencias:

www.unwto.org Organización Mundial del Turismo.